

HERRAMIENTAS ESTRATEGICAS PARA CONSULTORES

Curso Corto

*Modelo Comunicacional Schulz-Von-Thun, La expresión del Consultor, Técnicas Interrogatorias,
Aplicación práctica desde la Astrología.*

JUAN IGNACIO WURST
Consultor Astrológico
astrokardya@gmail.com
www.astrokardya.com

Enero 2022

Herramientas de Consultoría y Asesoramiento

1- Asesorar es Comunicar

1.1 El Consultor es un Comunicador

La competencia comunicativa es fundamental en el rol del Consultor. Tanto cuando asesoramos a empresas como particulares tenemos que siempre prestarle atención a aquellas formas y contenido, intenciones y relaciones, y el contexto que generan estos mensajes en nosotros mismos como en nuestro interlocutor. Y es de hecho, que el intercambio comunicacional con éste se considera en la asesoría una herramienta *per se*, ya que orienta al cliente a una mejor comprensión interna para dirigir su acción hacia objetivos concretos.

1.2 Más allá de las palabras

En todo acto comunicacional está implicado otro, incluso hasta cuando hablamos con nosotros mismos. Pero lo más importante es que en ese acto se está haciendo algo en conjunto con alguien, e independientemente de nuestros deseos, no podemos dejar de expresarnos ni comunicarnos. Acorde a Watzlawick¹ (1969): Uno no puede no comunicar.

En la actualidad esto se encuentra totalmente exacerbado. Poseemos acceso al mundo y e intercambiamos información en redes sociales constantemente, incluso cuando no respondemos mensajes. De todas maneras, siempre está presente que como seres vivos intercambiamos información con nuestro entorno. Enviamos y recibimos información constantemente. Y es que, la comunicación es una manera de que nos entendamos y nos vinculemos con los demás.

1.3 La comunicación como un proceso

Los mensajes son poderosos, pueden generar muchos efectos en uno mismo como en los demás. Pueden herirnos, alegrarnos, generar cambios en nosotros, molestarnos, y un sinnúmero de posibilidades, ahora bien; la importancia radica en cómo lo hacemos. Y es por eso que la literatura ofrece, gracias a diversos campos interdisciplinarios como la tecnología, una amplia gama de modelos para explicar la comunicación. No a nivel general, sino más bien, como un proceso, en el cual intervienen distintas partes que se retroalimentan entre sí.

Uno de los más interesantes y que nos será de utilidad a la hora de ser aplicado en la consultoría es el modelo planteado por el psicólogo alemán Schulz Von Thun.²

En todo mensaje interviene un emisor y un receptor de información. En la emisión del mensaje intervienen factores comunicacionales verbales y no verbales. Los primeros hacen referencia al medio oral o escrito por el cual es mensaje se expresa; y los segundos, incorporan factores analógicos a la comunicación como pueden ser la mímica, los gestos, la posición del cuerpo, la entonación, la emoción que acompaña al mensaje, entre otras.

El contexto en el cual esta información se desarrolla es fundamental, porque influencia tanto al emisor, al receptor como al mensaje en sí.

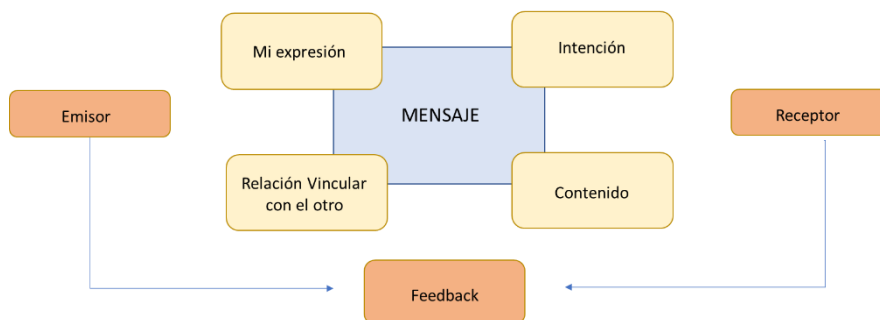
1 Paul Watzlawick, P. Beavin, J & Jackson D. (1969) Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien.

2 Schulz Von Thun, F. (1981) Miteinander Reden. Band 1: Störungen und Klärungen.

El gran aporte de Schulz von Thun radica en que cada pieza de comunicación, independientemente de su forma, está específicamente marcada por un contenido, una vinculación con el interlocutor, una expresión propia y una intención.

El *Feedback* forma un elemento esencial de chequeo y nos indica si el mensaje que hemos emitido ha conseguido ser interpretado de la manera que nosotros teníamos intencionada.

Modelo comunicacional de Schulz-Von-Thun



Ahora bien, ¿qué se entienden por estos cuatro conceptos que han sido tenidos en cuenta con este modelo? Vamos a caracterizarlos a continuación:

- Contenido: ¿Qué es lo que está informando el mensaje? ¿De qué trata objetivamente?
- Expresión Personal: la emisión del mensaje da información acerca de qué es lo que quiere el emisor, pero en este punto, resalta además lo que devela o hay detrás de ese mensaje. Aquí nos enteramos de aquella información consciente y/o inconsciente acerca del emisor.
- Relación Vincular con el otro: nos informa acerca del tipo de vinculación que se tiene entre emisor y receptor. Por el lado del receptor, este punto es de suma importancia, ya que permite contextualizar el mensaje del emisor sin tener que tomarlo literalmente.
- Intención: ¿Cuál es el objetivo, deseo, impulso que tiene el emisor con su mensaje hacia el receptor? Por supuesto que el mensaje tiene un sentido de influencia en el receptor, porque como mencionamos con anterioridad, toda información influye al entorno. Aquí obtenemos información acerca de todo lo oculto intencional que tiene ese mensaje. El gran "Para qué" de ese mensaje. En este punto distinguimos, si se tratará de una manipulación oculta, una influencia abierta, de un objetivo claro, de una necesidad, etc.

Supongamos el siguiente ejemplo: un cliente se contacta con el consultor emitiendo el siguiente mensaje: "...necesito el informe ya!"

El contenido objetivo del mensaje gira entorno al informe. Evidentemente éste todavía no está en manos del cliente. Sin embargo, su expresión personal, nos muestra a un emisor en sentido de urgencia e irritado. Conscientemente lo está expresando en su tono y uso del lenguaje. Inconscientemente, podemos ver entre líneas que hay otra situación que precisa ser resuelta y que para ello es necesario el informe. Esto también sigue aparejado con la intención, ya que la necesidad de urgencia está marcada en el mensaje. El tipo de vinculación consultor-consultante muestra la distancia necesaria, por la cual el consultante exige al consultor.

1.4 La comunicación como arte

Por supuesto que el ejemplo elegido en el apartado anterior no fue tomado por casualidad. Ese tipo de comunicación justamente es la que no queremos con nuestro cliente. Y de hecho, aquí es donde encontramos una pieza interesante de este modelo -traída también de otros modelos- que es el *feedback*. En todo proceso comunicacional existen reglas implícitas, y éstas se vuelven explícitas a medida que el emisor y el receptor tienen una influencia recíproca por los *feedbacks*.

Fuera del modelo, me interesa este concepto, y lo traduzco como un punto de negociación, un punto el cuál establece el límite de la vinculación para que sea de respeto y atención mutua. En este sentido, dejamos de lado los modelos computacionales y cognitivos de la psicología académica y nos dirigimos hacia el campo del arte.

Toda comunicación es una pieza artística. Cada consultor tiene una forma y un punto de negociación único con el cliente. Y es desde ahí que se pueden conciliar expectativas, no sólo vinculables sino también respecto de los objetivos a alcanzar. Este es un punto esencial ya que el cumplimiento de los objetivos de la asesoría está en función de la vinculación que tengamos con el cliente.

Como consultores, tenemos que estar atentos a cuál es la resultante de ese *feedback*. Y eso lo vemos plasmado en la interacción. Aunque parezca simple, es importante resaltar, que la interacción es lo que sostiene el vínculo. El consultor entiende necesidades del cliente sabiendo preguntar, entendiendo cómo utilizar sus recursos estratégicos, para dimensionar y entender las particularidades de lo que se está trabajando.

Por lo general, y esto es una regla de oro, el consultante no tiene una seguridad 100% de lo que quiere. Tiene un esbozo, un objetivo que es como un cuadro borroso. Está ahí pero no se sabe cómo materializarlo. ¿Es esto un problema? Definitivamente que no. Porque este es el punto de partida y responsabilidad del consultor. Porque es tarea del consultor, entrar en esa problemática para poder brindar un servicio acorde, de aquello que el consultante no tiene del todo claro. Es la experiencia del consultor que hace que no haya pérdidas de tiempo, que se encuentre un marco para ese cuadro borroso, donde se ponen de manifiesto esa visión y alcance de la asesoría. En conclusión, de esta primera regla se desprende de que el objetivo se define en conjunto.

| |
|---|
| Regla 1: el objetivo de asesoría se define en conjunto |
|---|

Dentro del marco de interacción existe en el desarrollo de la vinculación determinadas **formas comunicacionales** del consultante que el consultor experimentado tiene que estar atento:

-Evitaciones: Podemos hacer una pregunta que es sustancial para el establecimiento de los objetivos o bien para la dinámica de la asesoría y nuestro cliente evita las respuestas. Esto se ve claramente, cuando se encuentra hablando con muchos detalles sobre otros temas que circundan a la temática en cuestión, pero sin ir concretamente al punto, cuando abruptamente cambia de tema, cuando comienza a utilizar conceptos muy rebuscados en la explicación de algo sencillo, o bien cuando no termina las frases.

-Mensajes encubiertos: Aparte de la información relevante que el consultor necesita relevar siempre existen mensajes ocultos que tienen altas chances de ser malinterpretados, generando una falta de comprensión en la vinculación. En principio es importante detectar en el

interlocutor que lo que dice, piensa, siente y actúa estén en concordancia. Nunca es malo repreguntar para aclarar aquellos detalles que no están visibles en la conversación.

-Proyecciones: este tipo de comunicación es muy común, no sólo en el ámbito terapéutico sino también en el ámbito empresarial. Implica el traslado de los propios miedos, intenciones, actitudes y comportamientos de un emisor hacia el interlocutor. Aquí la firmeza del consultor es fundamental, para no caer dentro del juego de la proyección.

Ejemplo: Un cliente con carácter de tipo controlador le dice al consultor: "Ud. Cree que va a poder hacerme cambiar."

-Culpar la vinculación: este también es un caso de resistencia, cuando el cliente no está conforme con los resultados y quiere revisar, de alguna forma, los honorarios pagados.

-Circularidad: este tipo de forma vincular, generalmente, se da en dinámicas de grupos, en la cual un mensaje o situación es una nueva acción o una reacción de aquella acción de otros. Entonces se entra en una circularidad donde se busca quién empezó, y nosotros como consultores no tenemos interés en encontrar un culpable, sino en buscar una salida a esa problemática, ponerle un punto final.

Ejemplo: un colaborador del área comercial de una empresa necesita realizar un informe, pero el sistema no tiene todos los campos que necesita para el nivel de usuario que él posee, y para ello tiene que solicitar autorización, sin embargo, al referente de sistemas no le gusta ser molestado por cuestiones que son irrelevantes. Entonces el compañero del área de finanzas le facilita algo parecido para que pueda realizarlo, porque sabe que también que el referente de sistemas no coopera.

Colaborador comercial: "no hace falta que solicite nada al representante de sistemas porque me la información me la pasa el colega de finanzas"

Colaborador finanzas: "le paso al colega de comercial la información que necesita, porque no la tiene"

La intervención comunicacional del consultor tiene que ser tal, que rompa con esta circularidad, y logrando traer a conciencia temas que parecen que son irrelevantes pero que hacen no sólo a la tarea y la cultura organizacional, sino también a la red comunicacional entre las áreas.

-Metacomunicación: o bien llamada la comunicación de la comunicación. En vez de situarse en la temática en cuestión, se busca hablar de las formas de comunicación y todo lo que hace referencia a la vinculación. La vinculación es algo que tiene que estar siempre en consideración como telón de fondo, y se expone a escenario a partir de acciones y actitudes, no habladurías.

De estas formas de comunicación se desglosa nuestra segunda regla de oro y es que el consultante debe ser un observador consciente de lo que está ocurriendo en aquella interacción, de modo, de poder intervenir cambiando el curso de acción.

| |
|--|
| Regla 2: el consultor es un observador consciente |
|--|

2- Cómo expresarse desde el rol de Consultor

Ahora vamos a entrar de lleno en aquellas estrategias de comunicación que pueden serle útil al consultor en la interacción. Con esto nos referimos a llevar a cabo un tipo de asesoría y, a su vez vinculación, que esté orientada al cliente. Junto con las reglas 1 y 2, que se hicieron mención en el apartado anterior, es importante tener en cuenta las siguientes técnicas para una comunicación profesional, que respondan a las siguientes preguntas:

¿Cómo como consultor...

- construyo un buen vínculo con mi cliente? → *Rapport*
- me sintonizo con las necesidades de mi cliente? → *Pacing*
- desarrollo los potenciales propios de mi cliente? → *Leading*

2.1 Elementos de una comunicación profesional

- Rapport/ Vínculo:

Todo lo que haga referencia al contacto y vinculación con el cliente corresponde al término Rapport y, como sabemos, la construcción de un vínculo adecuado con el cliente es la base fundamental para establecer un buen trabajo en conjunto.

Las dos cualidades necesarias para establecer un buen Rapport son la **escucha activa** y en su medida el **acompañamiento emocional y cognitivo** en el mundo del cliente. Utilizaremos distintas proporciones de ambas características dependiendo del ámbito de ejercicio y a partir de la combinación de ambos podemos dejar de lado las idiosincrasias particulares para ubicarnos dentro del mundo de nuestro cliente y entender de qué manera podemos ejercer una solución estratégica a las problemáticas que en este momento están ocurriendo.

Esta receptividad por parte del consultor no sólo se aplica a la primera entrevista con su cliente, sino también en distintos momentos de la asesoría, donde los roles activos-receptivos se van a ir intercambiándose.

Desde el acto comunicativo, un consultor, en principio puede ganar Rapport desde los sentidos, desde la palabra y desde sus sentimientos. Para ello no hay que ser literal, sino más bien, encontrar los momentos sutiles para demostrarlo.

| En vez de decir... | Demostrar... |
|--------------------------|--|
| "Te escucho atentamente" | Incorporar pequeños comentarios de: "sí", "aham", "claro", "entiendo", que no entorpezcan la comunicación. |
| "Yo soy confiable" | Mostrarse amigable, curioso, receptivo, mostrar comprensión del tema |
| "Yo te entiendo" | Repetir y hacer una síntesis de lo dicho, como si fuera un eco. |
| "Siento lo que dices" | Repreguntar de una forma empática, haciendo uso de una buena comunicación no verbal |

-Pacing:

Este concepto se podría traducir como “marcha”, marchamos en conjunto con nuestro cliente. La idea no es hacer de “espejo” del cliente, pero si, empezar a entender de qué manera se acerca hacia nosotros y cómo nosotros respondemos ante ello.

Aquí podríamos analizar su postura corporal, la lengua y su estilo de habla, la mímica y los gestos, como así los recursos internos que trasmite con el fin de entender cómo se mueve nuestro cliente en el entorno a trabajar.

-Leading /Liderar

Llevar las riendas de una interacción, no es sencillo. Los interlocutores pueden realmente no cooperar y generar conflictos en la interacción. El consultor experto, lejos de caer en semejante situaciones, tiene que intentar, como pueda, conducir la interacción. Para ello, nos servimos, del viejo dicho que la tradición psicoterapéutica utiliza: “quien pregunta, lidera”. Con esta expresión, nos alejamos completamente del pensamiento cotidiano que une el término liderazgo con popularidad o algo al respecto. En este sentido, el preguntar, es de suma importancia porque:

- establece un mapa de ruta hacia el destino que queremos llegar para cualquier etapa del proyecto en la que se encuentre.
- proporciona un efecto disparador: genera nuevas formas de pensamiento y acción que antes no habían sido consideradas.
- permite delimitar la situación a tratar

Con esto llegamos a nuestra tercera regla de oro, la que implica que el consultor experto entiende qué es lo que está sucediendo alrededor, pero no se compromete con eso, por más que devengan en comunicaciones no asertivas, sino más bien, está comprometido con su práctica, que es el cumplimiento del objetivo, guardando la relación con su cliente. Así, que el consultor, acciona en vez de reaccionar. Pregunta y re-pregunta, para trazar el mejor mapa posible.

Regla 3: un buen consultor no reacciona, espera y sabe preguntar

2.3 Técnicas de Interrogación

Haciendo énfasis en el liderazgo de preguntar. Podemos pensar que cada pregunta es como un acto de hipnosis, que nos permite llegar a aquello buscado.

Ahora bien, esto significa, apagar el “piloto automático” y comprometerse con el tema en cuestión, y empezar a delinear qué tipo de preguntas y para qué estoy buscando esa respuesta.

Si recurro a ...

-preguntas abiertas: tengo que considerar que llevan tiempo, pero son las que permiten entender al cliente incorporando mayor información en cuanto a la construcción de la vinculación y al objetivo.

Ejemplo: *“¿Cuál es el motivo que lo/a trajo hacia mí?”*

-preguntas cerradas (Si/No): tengo que considerar que son bastante eficiente en tiempo, y que permiten seguir un flujo en el mapa de trazado. Son útiles para delimitar resultados en relación al objetivo, no tanto para la vinculación.

Ejemplo: “¿Se trata de la relación laboral con tu jefe o con tus compañeros de área?”

-**preguntas sugestivas:** son útiles para descartar información con respecto al objetivo o que circundan a la temática a trabajar.

Ejemplos: “¿Tendría que considerar este punto como relevante al tema?” “Puedo imaginarme que este tipo de actitud, le ha molestado mucho.”

2.4 Communication Killers/ qué es lo que NO hay que hacer

Es muy común, dirigirse a los demás de una forma suelta y despreocupada, pero para un consultor esto no debe ser así, ya que, como hemos hecho énfasis, la comunicación nuestra herramienta por excelencia. Simplemente observando como otras personas se comunican se pueden ver muchos rasgos, e incluso atados a la cultura, como normales, que pueden perjudicar la vinculación. Que los otros los realicen, no significa que nosotros los copiamos. En estos hábitos y costumbres están presente tanto la comunicación verbal como no verbal.

| Movimientos desaconsejados | Lenguaje desaconsejado |
|---|-------------------------------|
| Tornar ojos hacia arriba | Utilizar frases amenazantes |
| Cruzar los brazos | Entablar juicios y prejuicios |
| Usar las manos de forma violenta al hablar | Hablar de manera peyorativa |
| No mirar a los ojos, desviar la mirada constantemente | Dar órdenes |
| Respirar hondamente expresando cansancio | Utilizar frases hirientes |

Aunque parezca extraño, es importante resaltar estos aspectos. En consultoría nos encontramos con un abanico muy amplio de posibles clientes, que no necesariamente, se vinculan de una manera amigable. Y es el rol de consultor, a pesar de todas circunstancias, poder entender ese lugar de habla del consultante, y encontrar un acuerdo implícito. Como última medida, si no se ha llegado a eso, es conveniente no seguir con el cliente, porque no podrán trabajar en equipo. Para trabajar en equipo es condición *sine qua num* el compromiso de las partes, y aún más, el consultor experto debe estar centrado y tranquilo de saber quien es, sin dejar llevarse por los deseos ilusorios de su cliente. Debe aprender tanto a ceder como a poner límites.

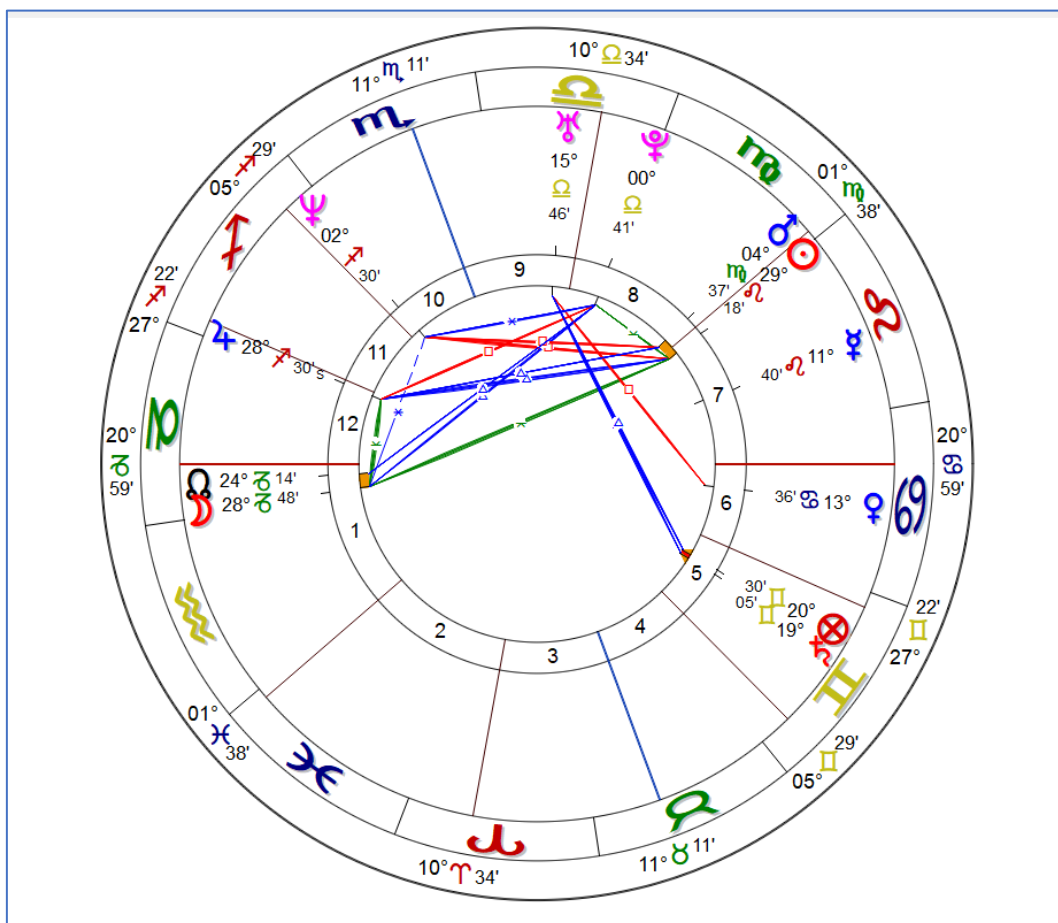
Regla 4: un buen consultor está centrado

3- Aplicaciones Astrológicas

Como consultores nos enfrentamos a un encuentro con el otro, a veces es más amigable y otras veces no. La astrología es una herramienta de mucha utilidad, ya que nos permite vernos a nosotros mismos en contraposición de los otros. A lo largo de nuestra vida profesional, veremos momentos donde estamos más reactivos, otros menos, otros más diligentes, otros un poco más perdidos; lo cual nos da una idea de ciclo. Efectivamente, el consultor tiene que hacer un trabajo interno, sea cual sea el ámbito donde desempeñe sus funciones, a la orden de poder brindar un servicio eficaz y eficiente; porque, en definitiva, el rol del consultor implica vincularse con otro por un tiempo determinado hacia un objetivo definido.

A continuación, vamos a ver un ejemplo de aplicación de los conceptos analizados. Este es el caso de un asesor³ en el ámbito empresarial con dos años de experiencia trabajando en grupos interdisciplinarios que consulta para mejorar su gestión a sus clientes, ya que a veces, “se encuentran con casos, que vincularmente le resultan difícil de manejar”. “Brindo un excelente servicio, se cumplen los objetivos, pero internamente me siento muy cansado”.

Por ello, se pone a disposición la carta natal del consultante y se analizan, en base a la misma, los tópicos más importantes de las cuestiones teóricas anteriormente formuladas. Si bien no se hace un análisis de su carta natal, a quienes tengan interés acerca de la interpretación astrológica, encontrarán, ejemplificadas, las notas aclaratorias.



Modelo Comunicacional Schulz-Von Thun

Aquí encontramos puntos a trabajar en la transmisión del mensaje. Su personalidad se expresa de una manera un tanto rígida, fría, pero dinámica. Cuando se expresa lo hace de una manera anticipada sin tener “tacto” acerca de lo que está sucediendo con su interlocutor. El trabajo aquí es ordenar los objetivos internos, concentrarse en la temática central de trabajo y no dispersarse con lo prescindible. Lo cual puede ser malinterpretado tanto el contenido como la intención del mensaje. Principalmente, a partir de la información proporcionada por el consultante, lo que falla es la relación vincular.

³ Información confidencial con previo consentimiento del consultante. Se acordó que no se presentaran ni su nombre, ni datos personales, únicamente la exposición de la carta natal y la situación entorno a la consulta.

| | |
|---|--|
| | <p>Entonces, éste estilo comunicacional, termina por confundir el vínculo inherente al cliente. Se trabajó en reformular la manera de acercarse, preguntar y también direccionar lo que se quiere buscar de información sin perder el hilo del objetivo.</p> <p>ASC ♃, ♁ 5 per., en término Ptolomeo. ♃ ♁ Caída (Sr. ♁) y Reg. 5.</p> <p>♃ ♃ Exil, Sr. ♁ per.</p> |
| Feedback | <p>La respuesta del otro la recibe, pero la toma personal, cuestión que también implicó un trabajo interno de transformación, habilidad que el consultor posee, y que, ha descubierto en su proceso de trabajo interior. El puede equilibrar esta información que recibe en la interacción ampliando su horizonte de puntos de vista.</p> <p>♃ ♃ Exil, Sr. ♁ per</p> <p>♃ ♃ Exil Reg. 7, ♁ ♁ 8 Reg.9</p> |
| Atención a las formas comunicacionales | <p>El consultor cae en las vicisitudes dentro del proyecto del que participa y encuentra complejo manejar la vinculación ante la presencia de proyecciones de cliente y organizarse en su dispersión. Las puntuaciones también presentaron dificultad, ya que, un aprendizaje personal del consultor, es tomar responsabilidad y concentrar la temática a trabajar. De hecho, si bien afirma que le gusta mucho su trabajo, encuentra que le cuesta mantener su “centro” o postura frente a los vaivenes de la interacción. Su personalidad y su labor cotidiana están en tensión causando pérdida o desgaste energético (otro de los motivos de consulta).</p> <p>♃ 1 ♃ Exil, Sr. ♁ per; Reg. 7. Co-reg 6.</p> <p>♀ ♁ 6 ♁ ♁</p> |
| Rapport – Pacing-Leading | <p>Su escucha activa no ha presentado inconvenientes, aunque el acompañamiento vincular, por todo lo comentado, genera desgaste en el consultor. Es por ello, que él está poniendo énfasis en mejorar la empatía con sus clientes.</p> <p>Preguntar y liderar en las reuniones es, como vimos, un punto débil a mejorar. Lo cual nos da a entender, para el cumplimiento de sus objetivos el utiliza otros recursos personales que terminan por generarle ese cansancio.</p> <p>Eje 1-7 (ant.)</p> <p>♃ ♁ Dig. ♁ ♁ (♃ 1 Δ ♁), ♁ Reg. MC</p> |
| Técnicas de Interrogación | <p>Se necesitaría incorporar mayor visión a la hora de resolver problemas y no recurrir a respuestas simples o idealizadas. Es importante delimitar y aclarar los temas puntuales para que no se generen malos entendidos (preguntas cerradas).</p> <p>La mayor involucración en la interacción traería aparejado el uso de preguntas sugestivas para no caer en los vaivenes de la dispersión.</p> |
| Communication Killers | <p>Se informó la presentación confusiones en asignaciones de tareas. La precipitación y la reacción comunicacional frente al cliente. Existe el fenómeno de “relleno de huecos de información⁴”.</p> <p>♃ ♃ per. 8 Reg. 3 ♁ ♁</p> |

⁴ El consultante en vez de preguntar y dimensionar los puntos a tratar, completa con su propia idealización o creencia de lo que debería ser, sin ser corroborado con el cliente.

4- Conclusiones

En el presente escrito se buscó abarcar algunas herramientas de utilidad para el trabajo de cualquier consultor basadas en la teoría de la comunicación y coaching interpersonal. Por supuesto, que la experiencia y el transcurso de la vida laboral hacen del consultor un gran sabio acumulador de conocimientos. Uno no deja de aprender ¡y de enseñar!

A veces es necesario en nuestra labor ser consultores de nosotros mismos y revisar de qué manera nos brindamos a nuestros clientes. Encontrar ese momento, implica una pausa de recupero para seguir adelante. Muchos de los casos que se nos presentan en la cotidianeidad reflejan situaciones internas que tocan la puerta para ser atendidas. Es momento de ser empáticos y acompañarnos a nosotros mismos.

Por eso mismo, me interesó traer estos modelos y darles una aplicación práctica a un caso donde se puede observar, cuán importante es el trabajo interno para cualquier profesión. Salir del “piloto automático” y poner en marcha un sentido propio.

Algunas de estas caracterizaciones teóricas resultan simplistas, pero poder aplicarlas y estar atento a ellas son de sumo valor. La implementación y concientización de ellas han generado en muchos grandes cambios, pero, sobre todo, una mayor motivación a comprometerse con sus clientes.